

EHl-STUDIE

Technologie Trends im Handel 2025

Themen, Investitionen und Projekte aus Sicht der CIOs

EHl



Mit freundlicher Unterstützung von:



BOSCH



servicenow



EHI Liebe Leserinnen und Leser,

alle zwei Jahre befragt das EHI CIOs und IT-Verantwortliche von rund 119 Handelsunternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz in persönlichen Interviews zu den wichtigsten Trends und Entwicklungen rund um die Technologie im Handel.

Premieren gibt es bei Studien, die schon viele Jahre im Markt sind, meist selten. In diesem Jahr war es für die EHI-Studie „Technologie-Trends im Handel“ aber dennoch so weit: Erstmals seit der Durchführung wurde bei der Einstiegsfrage nach den wichtigsten technologischen Zukunftstrends ein Wert von 100 Prozent erreicht – so geschehen beim Thema „Künstliche Intelligenz“, das von sämtlichen Befragten als Top-Trend genannt wurde.

Der Blick auf die Projekte der kommenden Jahre zeigt sehr deutlich, dass Künstliche Intelligenz für die gesamte Branche nicht mehr nur ein Zukunftstrend ist, sondern sich in sehr vielen Fällen bereits in konkreten Anwendungen niederschlägt.

Wir danken unseren Interviewbeteiligten für ihre freundliche Mithilfe bei diesem aufwendigen Untersuchungsansatz. Auch allen weiteren Personen, die bei der Erstellung dieser Studie mitgewirkt und uns unterstützt haben, möchten wir unseren Dank aussprechen.

Köln, Februar 2025

Ulrich Spaan
Mitglied der Geschäftsleitung
EHI Retail Institute



Cetin Acar
Projektleiter Forschungsbereich IT
EHI Retail Institute



Imke Hahn
Projektleiterin Forschungsbereich IT
EHI Retail Institute



Vorwort	3	Retail Media	56
Kernergebnisse	5	Cybersecurity	59
Methodik	7	Anhang	63
Technologie-Trends und -Projekte	12	Abbildungsverzeichnis	63
Technologie-Trends	13	Impressum	64
Technologie-Projekte	17		
Einschätzung neuer Technologien	21		
IT-Budgets	27		
Künstliche Intelligenz	30		
Einsatz von Künstlicher Intelligenz	31		
Einsatz von generativer KI	35		
Nachhaltigkeit	39		
Softwareengineering	42		
Cloud	44		
Kommunikation & mobile Geräte	47		
Elektronische Preisauszeichnung	51		
Personalisierung im Store	54		



Ein Großteil der in der Studie **abgebildeten Grafiken** ist in unserer Online-Statistik-Datenbank **handelsdaten.de** verfügbar und kann dort heruntergeladen werden.

Kernergebnisse

- Künstliche Intelligenz wird von sämtlichen Befragungsteilnehmer:innen als wichtigster Zukunftstrend eingeordnet.
- Ferner definieren die Panelisten die Themen „Customer Centricity“, „Seamless Checkout“ und „Digitalisierung der Prozesse“ als die wichtigsten Zukunftstrends der kommenden drei Jahre.
- Wie in den Vorjahren stehen bei den in den kommenden Jahren geplanten Projekten Basisthemen wie „ERP“, „Infrastruktur/Cloud“ und „Supply Chain Management“ im Fokus der Tech-Entscheider:innen. Neu unter den geplanten Top-Projekten findet sich die Integration von KI-Anwendungen. Auf Anhieb wird diesen Projekten von einem Viertel der Panelisten höchste Priorität beigemessen.
- Gut 22 Prozent der Befragten haben bereits autonome Stores umgesetzt oder konkrete Planungen für die kommenden Jahre. Erste Tests der Technologie haben insgesamt betrachtet zu einer Neubewertung der Technologie geführt. So sind im Vergleich zur Studie 2023 deutlich weniger Projekte rund um autonome Stores in Planung.
- Die durchschnittlichen IT-Budgets vom Nettoumsatz sind auf einen bisherigen Höchstwert von 1,98 Prozent gestiegen.

„Prozessautomatisierung
steht bei vielen CIOs ganz
oben auf der Agenda.“

Ulrich Spaan
EHI Retail Institute

Kernergebnisse

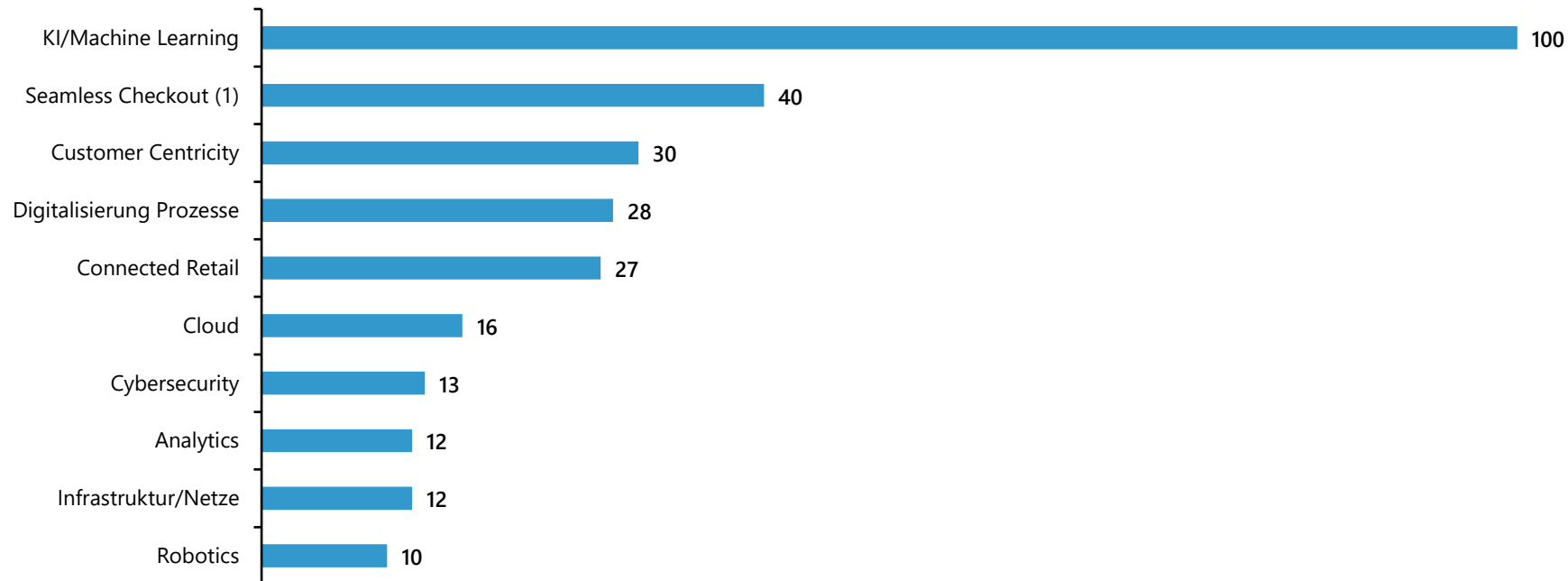
- Künstliche Intelligenz hat in den Einzelhandel Einzug gehalten. Inzwischen setzen 92 Prozent der Panelisten KI im Unternehmen ein (2023: 69 Prozent). Die Ausprägung der Technologien ist hierbei noch sehr unterschiedlich. Insbesondere generative KI hat sich als unverzichtbares Werkzeug im Unternehmensalltag etabliert und beschleunigt die Entwicklung maßgeblich.
- Der Trend zu cloudbasierten Infrastrukturen ist ungebrochen. In allen abgefragten Anwendungsfeldern ist die Cloud-Nutzung im Vergleich zu 2023 deutlich gestiegen.
- 61 Prozent der Unternehmen verfügen heute über eine oder mehrere Apps für ihre Mitarbeitenden. Sie dienen als zentrale Kommunikationsplattform, für HR- und Verwaltungsprozesse, aber auch zur Mitarbeiterbindung, zu Schulungszwecken sowie zum Aufgaben- und Wissensmanagement.
- Die Bedeutung von digitalen Kassenbons nimmt zu. Insgesamt 92 Prozent der befragten Unternehmen haben es im Einsatz oder konkrete Planung dazu.
- Elektronische Preisschilder gewinnen weiter an Bedeutung. Im Lebensmittelhandel setzen bereits 91 Prozent der Befragten auf die digitale Preisauszeichnung. Der Einsatz beschränkt sich bisher in der Regel auf die Preisanzeige; Zusatzfunktionen wie Blinken werden noch wenig eingesetzt.
- Mehr als die Hälfte der Panelisten gibt an, eine Retail-Media-Strategie im Unternehmen zu haben. Die IT-Abteilung übernimmt dabei meist eine unterstützende Rolle.
- 89 Prozent beobachten einen qualitativen und quantitativen Anstieg der Cyberattacken auf ihr Unternehmen. Sämtliche im Rahmen einer Cybersecurity-Strategie getroffenen Maßnahmen haben im Vergleich zu 2023 deutlich an Relevanz gewonnen.

Technologie-Trends

Die wichtigsten technologischen Entwicklungen der kommenden drei Jahre

Wichtigste technologische Entwicklungen der kommenden drei Jahre (Abb. 6)

In Prozent



n = 119

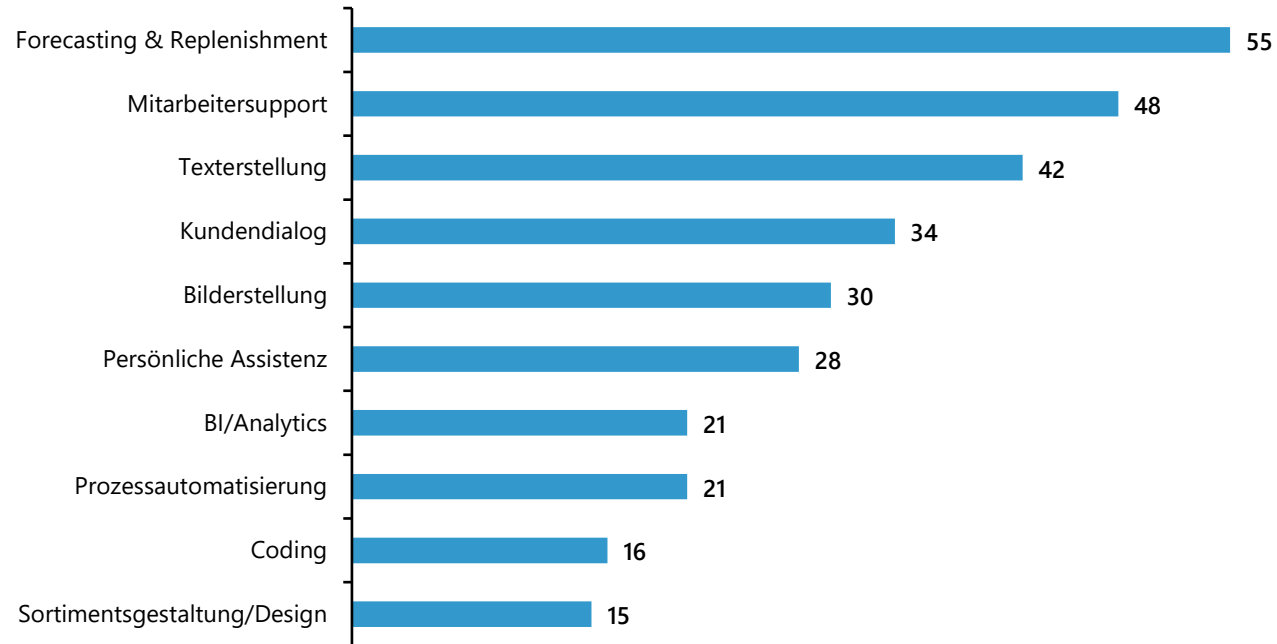
(1) = inkl. Self-Checkout/-Scanning und Mobile Checkout

Quelle: EHI

Einsatzbereiche von Künstlicher Intelligenz

Einsatzbereiche Künstlicher Intelligenz – Top 10 (Abb. 17)

In Prozent



- Das Haupteinsatzgebiet ist mit 55 Prozent der Nennungen im Bereich Forecasting & Replenishmentsysteme.
- An zweiter Stelle folgt der Mitarbeitersupport. Ähnlich wie im Kundenservice-Umfeld kommen weiterhin vor allem Chatbots zum Einsatz.
- Die aktuellen technologischen Entwicklungen im Bereich der generativen KI rücken Themen wie die Texterstellung stärker in den Fokus der IT-Verantwortlichen.
- Weitere wichtige Anwendungsfelder von KI sind zum Beispiel die Bilderstellung, Übersetzungen sowie das Coding. Insgesamt haben sich viele Applikationen aus dem Bereich der generativen KI bereits fest in den Organisationen etabliert.



Das EHI ist ein Forschungs-, Bildungs- und Beratungsinstitut für den Handel und seine Partner mit rund 80 Mitarbeitenden und einem internationalen Netzwerk von 850 Mitgliedsunternehmen des Handels, der Konsum- und Investitionsgüterindustrie sowie der Dienstleisterbranche. Das EHI ist auch Gesellschafter der GS1 Germany sowie der FoodPlus und Partner der Messe Düsseldorf bei bedeutenden Handelsmessen wie der EuroShop. Präsident des EHI ist Markant-Chef Markus Tkotz und Geschäftsführer ist Michael Gerling.

Über den EHI Forschungsbereich IT:

Der Einsatz von Informationstechnologie ist ein entscheidender Erfolgsfaktor im Handel. Wir stellen die Möglichkeiten technologischer Innovationen von der Kasse bis zur zentralen Warenwirtschaft mit ihren Schnittstellen zu den Lieferanten vor, dokumentieren die Akzeptanz von Lösungen im Handel, leiten organisatorische Anforderungen ab und kalkulieren den betriebswirtschaftlichen Vorteil.

Verlag:

EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55
50672 Köln
Tel. +49 221 57993-0
Fax +49 221 57993-45
info@ehi.org
www.ehi.org

Herausgeber:

EHI Retail Institute e.V.

Geschäftsführung EHI Retail Institute:

Michael Gerling

Autor:innen:

Cetin Acar, acar@ehi.org

Imke Hahn, hahn@ehi.org

Ulrich Spaan, spaan@ehi.org

Layout:

EHI Retail Institute GmbH

Copyright© 2025

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Haftungsausschluss:

Das EHI Retail Institute versucht mit größtmöglicher Sorgfalt, in der vorliegenden Studie richtige, vollständige und aktualisierte Informationen zur Verfügung zu stellen. Fehler können jedoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Das EHI Retail Institute übernimmt daher keinerlei Haftung oder Garantie für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Qualität und/oder Aktualität der veröffentlichten Informationen, es sei denn, die Fehler wurden vorsätzlich oder grob fahrlässig aufgenommen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

Bestellmöglichkeiten:

Tel. +49 221 57993-43

vertrieb@ehi.org

www.ehi.org/wissen/publikationen/

ISBN: 978-3-87257-616-3

Preis: 930,00 €, zzgl. gesetzlicher MwSt.

Bildrechte:

Cover: Composing EHI

Ihr Kontakt



Ulrich Spaan
Geschäftsleitung
EHI Retail Institute
spaan@ehi.org

